

**AKTIVITAS KOMUNITAS GEMSOLOVER
DALAM MEMASARKAN BATU MULIA MELALUI FACEBOOK**
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Aktivitas Komunitas Gemsolover
Dalam Memasarkan Batu Mulia Melalui Facebook)



Disusun oleh:
Dimas Rahmat Darmawan
D1212027

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

**AKTIVITAS KOMUNITAS GEMSOLOVER
DALAM MEMASARKAN BATU MULIA MELALUI FACEBOOK**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Aktivitas Komunitas Gemsolover
Dalam Memasarkan Batu Mulia Melalui Facebook)**

**Telah Disetujui
Untuk Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Non-Reguler
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta**

Surakarta, 15 Juni 2016

Pembimbing Skripsi



Drs. Adolfo Eko Setyanto, M.S.

NIP. 19580617 198702 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Telah Diuji dan Disahkan oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Non-Reguler

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Kamis

Tanggal : 4 Agustus 2016

Panitia Penguji :


Tanti Hermawati, S.Sos. M.Si

NIP. 19690207 199512 2 001

()

Likha Sari Anggreni, S.Sos., M.Soc. Sc

NIP. 19860226 201404 2 001

()

Drs. Adolfo Eko Setyanto, M.Si

NIP. 19580617 198702 1 001

()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta



Prof. Dr. Isni Dwi Astuti N., M.Si

NIP. 19610825 198601 2 001

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dimas Rahmat Darmawan

NIM : D1212027

Tanggal : 15 Juli 2016

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**AKTIVITAS KOMUNITAS GEMSOLOVER DALAM MEMASARKAN
BATU MULIA MELALUI FACEBOOK**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Aktivitas Komunitas Gemsolover Dalam
Memasarkan Batu Mulia Melalui Facebook)**

Telah dibuat untuk melengkapi sebagai pernyataan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sejarah yang saya ketahui, skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari publikasilainnya. Dalam skripsi ini, jika ada kutipan dari pakar atau penelitalainnya, sudah disebutkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



MOTTO

**“ Kerusakan manusia karena 2 hal:
meninggalkan ilmu dan menimbun harta ”
(Rasulullah Muhammad S.A.W)**

**“ Orang yang paling aku sukai adalah
dia yang menunjukkan kesalahanku ”
(Umar bin Khattab)**

**“ Aku tidak sebaik yang kau ucapkan
tapi aku juga tidak seburuk apa yang terlintas dihatimu “
(Ali bin Abi Thalib)**

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk :

- ❖ Allah SWT, terima kasih atas hidayahnya dan limpahan rahmatnya sehingga penulis masih diberi kesempatan hidup untuk menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Ayah dan Ibu, terima kasih atas do'a serta kasih sayang yang telah beliau berikan pada penulis yang tidak dapat ditukar dengan apapun.
- ❖ Guruku, terima kasih atas ilmunya yang membuat hati jadi lebih tenang dalam menyikapi setiap kendala.
- ❖ Calon Istriku, terima kasih sudah bersedia menunggu selama ini.
- ❖ Teman-temanku, terima kasih atas pengalaman dan kerjasamanya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas kasih, rahmat, karunia dan tuntunan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi Aktivitas Komunitas Gemsolover Dalam Memasarkan Batu Mulia Melalui Facebook . Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan kelulusan penyelesaian studi pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Tantangan, hambatan, suka dan duka banyak dialami oleh penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dari berbagai macam kendala tersebut penulis mendapatkan pelajaran, baik ketika penelitian dilapangan maupun dalam proses penulisan skripsi. Penulis memiliki harapan skripsi ini dapat menambah wawasan bagi pembaca mengenai aktifitas komunikasi pemasaran melalui Facebook. Dengan wawasan tersebut diharapkan dapat menginspirasi para generasi muda untuk menjadi pengusaha yang memulainya dengan memanfaatkan media sosial Facebook sebagai media komunikasi pemasarannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian yang telah peneliti lakukan ini sangat jauh dari kata sempurna. Penulis sadar bahwa dalam proses penulisan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segal kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepadapihak-pihak yang ikut terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung, antara lain:

1. Allah SWT sang pemilik alam semesta dan seisinya, terimakasih atas semua kasih dan sayangNya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar.
2. Rasulullah SAW, terimakasih atas semua suri tauladannya.
3. Prof. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Sri Hastjarjo, S.Sos,Ph.D selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.

5. Drs. Aryanto Budhy Sulihyantoro, M.Si selaku Pembimbing Akademik penulis.
6. Drs. Adolfo Eko Setyanto, M.Si selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu dan bimbingan yang diberikan kepada penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang selama ini telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama masa perkuliahan.
8. Mamaku Ratih S.Kep; Papaku S. Budi Hartono S.S, M.Si ; Mas Ariesta Marsito Nugrahawan S.Psi ; Mbak Desi Mustikasari S.Psi ; Naura Asiyah Batrisya dan Naila Fayola Azahra keponakanku terima kasih untuk semangat, doa dan dukungannya.
9. Calon istriku Inggit Setiyaningrum, A.Md TW, terimakasih untuk do'a, dukungan, pengertian dan kesabarannya.
10. Teman-teman Komunitas GEMSOLOVER yang sudah meluangkan waktu, tenaganya, pengalamannya dan kerjasamanya dalam penelitian ini.
11. Teman-teman kuliah Ilmu Komunikasi S1-ku, terimakasih atas semua suka dukanya.
12. Guruku Abah Ali, Gus Mbodo, Gus Arif terimakasih atas semua ilmu yang diberikan semoga menjadi ilmu yang bermanfaat di dunia dan kelak di akhirah
13. Teman-teman Ngaji Jaga Sesama, Jama'ah Basecamp Juba Rescu Ta'mirul Islam dan semua teman-temanku yang sangat aku kagumi, terimakasih untuk kebahagiaan yang telah dibagikan pada penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kelebihan dan kekurangannya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan serta memberi sumbangan pemikiran bagi pembaca. Dan atas jauhnya dari kesempurnaan, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Terima kasih

Surakarta, 15 Juli 2016

ABSTRAK

AKTIVITAS KOMUNITAS GEMSOLOVER DALAM MEMASARKAN BATU MULIA MELALUI FACEBOOK (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Aktivitas Komunitas Gemsolover Dalam Memasarkan Batu Mulia Melalui Facebook)

Aktifitas komunikasi pemasaran melalui media *online* dewasa ini telah berkembang pesat. Alasannya biaya yang digunakan relatif jauh lebih murah. Terlebih lagi penggunaan media *online* semakin hari semakin meningkat. Hal tersebut membuat para pelaku usaha memanfaatkannya sebagai media promosi. *Facebook* merupakan salah satu contoh media sosial yang banyak digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran online.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktifitas yang dilakukan oleh komunitas Gemsolover dalam memasarkan batu mulia melalui media sosial *facebook*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian kualitatif, proses analisis data dilakukan sejak awal bersamaan dengan proses pengumpulan data. Komponen utama proses analisis data adalah reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasinya.

Teknik analisis data dilakukan dengan pengecekan silang. Data yang sudah diperoleh dengan teori tentang komunikasi pemasaran yang ada. Pada dasarnya bauran komunikasi pemasaran merupakan penggabungan dari lima model komunikasi dalam pemasaran, yaitu: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Namun dalam hasil penelitian mengenai aktifitas komunikasi pemasaran komunitas Gemsolover ini hanya memperoleh empat data yang sesuai dengan teori komunikasi pemasaran. Yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Facebook, Batu Mulia

ABSTRACT

GEMSOLOVER COMMUNITY ACTIVITY In The MARKET Of PRECIOUS STONES Through FACEBOOK (A Descriptive Qualitative Study About Activity Of The Community Of Gemsolover In The Market Of Precious Stones Via Facebook)

Marketing communication activities through the medium of online adults has been growing rapidly. The reason the cost of used relatively much cheaper. Moreover, the use of online media is increasingly growing day. These things make the businessmen make use of them as media promotion. Facebook is one example of a widely used social media as a marketing communications tool online.

This study aims to describe the activities undertaken by the community of Gemsolover in the memasrkan precious stones through social media facebook. This study used a qualitative research approach. On the research of qualitative data analysis process, carried out since the beginning along with the process of data collection. The main components of the process of data analysis is the reduction of data, data and cereal drawdown conclusion as well as verification

Technique of data analysis is done by cross-checking. The data already obtained with the theory of marketing communications. On dasarnya marketing communications mix is a merger of five models in marketing communications, namely: advertising (advertising), sales promotion (sales promotion), personal selling (personal selling), public relations (public relations) and direct marketing (direct marketing). However in the results of research on community marketing communications activities this Gemsolover haya had four data in accordance with the theory of marketing communications.

Keywords: marketing communications, Facebook, precious stones

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka	
1. Definisi Komunikasi	9
2. Komunikasi Pemasaran	10

3. Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran	12
4. Pemasaran Online	16
F. Penelitian Sebelumnya	18
G. Kerangka Berfikir	20
H. Metodologi Penelitian	
1. Jenis Penelitian	21
2. Subjek Penelitian	21
3. Sumber Data	22
4. Teknik Pengambilan Sampel	23
5. Teknik Pengumpulan Data	26
6. Validitas Data	27
7. Teknik Analisis Data	28

BAB II : GAMBARAN UMUM GEMSOLOVER

A. Sejarah Berdirinya	31
B. Visi dan Misi	33
C. Struktur Organisasi	33
D. Keanggotaan Gemsolover	34
E. Logo	36
F. Kegiatan Gemsolover	37

BAB III : PENYAJIAN DATA

A. Periklanan Gemsolover	45
1. Pemanfaatan Fasilitas Tools “Tag”	47

2. Pemanfaatan Fasilitas Tools “Bagikan”	49
B. Promosi Penjualan Gemsolover	53
C. Pemasaran Langsung Gemsolover	59
D. Hubungan Masyarakat Gemsolover	64
E. Kekurangan dan Kelebihan <i>Facebook Marketing</i>	69

BAB IV : ANALISIS DATA

A. Periklanan Gemsolover	74
B. Promosi Penjualan Gemsolover	76
C. Pemasaran Langsung Gemsolover.....	79
D. Hubungan Masyarakat Gemsolover	81
E. Kekurangan dan Kelebihan <i>Facebook Marketing</i>	82

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	87
B. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 2.1 atribut keanggotaan GEMSOLOVER	41
Gambar 2.2 logo GEMSOLOVER.....	42
Gambar 2.3 pertemuan rutin GEMSOLOVER	43
Gambar 3.1 bentuk iklan foto komunitas GEMSOLOVER.....	51
Gambar 3.2 bentuk iklan video komunitas GEMSOLOVER	52
Gambar 3.3 contoh penggunaan tools Tag	54
Gambar 3.4 contoh sebagian grup batu mulia di facebook	55
Gambar 3.5 foto yang kembali dibagikan	56
Gambar 3.6 keterangan pelelangan batu mulia dalam facebook.....	58
Gambar 3.7 personal selling GEMSOLOVER.....	66
Gambar 3.8 komunikasi saat personal selling melalui facebook	66

DAFTAR TABEL

Nama Tabel	Halaman
Tabel 3.1 latar belakang informan berkecimpung didunia batu mulia ..	46
Tabel 3.2 ciri-ciri batu mulia yang mempunyai kualitas bagus	48
Tabel 3.3 tanggapan konsumen terhadap produk GEMSOLOVER	
dan kepuasan.....	49
Tabel 3.4 harga produk GEMSOLOVER	50
Tabel 3.5 penggunaan fasilitas tools Tag.....	53
Tabel 3.6 bukti penggunaan tools Tag dan Bagikan efektif	57
Tabel 3.7 langkah yang harus dilakukan sebelum batu mulia dapat	
dipasarkan melalui facebook dan tehnik pengambilan	
gambar	62
Tabel 3.8 tampilan gambar dapat mempegaruhi keputusan membeli	64
Tabel 3.9 latar belakang konsumen membeli barang GEMSOLOVER.	67
Tabel 3.10 cara komunitas GEMSOLOVER membangun kepercayaan	
konsumen	68
Tabel 3.11 kendala yang dialami dan penyelesaiannya.....	69
Tabel 3.12 keuntungan GEMSOLOVER menggunakan facebook	71
Tabel 3.13 keuntungan jual beli online melalui facebook	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Pedoman Wawancara
- Hasil Wawancara